CALENDARIO

DE LA *comunicación*

2015

CarlosOrtega EneroArnaudRoy FebreroLuisSuarezRuedaMarzoCristinaAcedAbrilMauroFuenteMayoPabloHerrerosJunioRaquel Collado Julio Sandradel MozoAgostoNahirGutierrezSeptiembreElena NeiraOctubreAmaiaArtetaNoviembreManu MorenoDiciembre

AUGURE
reputation in action





para captar **La atención** de nuestros

INFLUENCERS CLAVE EN 2015

tendremos que esmerarnos en el **CONTENIDO** y la **ULTRA-PERSONALIZACIÓN**

01 enero

j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31



Michael Jaïs

La personalización Y LA TRANSPARENCIA ...deben guiar... LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN FRENTE A LA AUTOMATIZACIÓN ...de los procesos

02 febrero

d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28



Cristina Aced

SER DIGITAL

ya no es una

OPCIÓN

sino

PARTE



03 marzo

d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31



Mauro Fuentes

DESARROLLA YA

ESTRATEGIAS

de marketing y comunicación

en tiempo real

PORQUE

MAÑANA SERÁ TARDE



04 abril

x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30



Pablo Herreros

LO

ESENCIAL

en la

COMUNICACIÓN

DE 2015

es la

TRANSPARENCIA

05 mayo

v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31



Raquel Collado

PORSCHE

CREAR *y* DISTRIBUIR

CONTENIDOS DIFERENCIADOS

para cada plataforma

Y ASÍ CREAR UNA

IMAGEN CORPORATIVA

SÓLIDA





Sandra de los Mozos

LAS EMPRESAS luchan por obtener

IMPACTOS

DE CALIDAD

que contribuyan

a la CONSTRUCCIÓN

de su reputación

CORPORATIVA





Nahir Gutierrez

El mundo se ha convertido en una GOLOSINA para todos los que desean NARRARLO y COMPARTIRLO

08 agosto

s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31



Elena Neira

EN REDES SOCIALES SOMOS LO QUE COMPARTIMOS

09 septiembre

m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30



Amaia Arteta
destinia.com

Comunicar

ES ESCUCHAR PARA CONVENCER *y conmover*

LAS MARCAS DEBEMOS APRENDER *a* *dialogar*

10 octubre

j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31



Manu Moreno

Trece Bits

... EN 2015 ...

se consolidará

LA COMUNICACIÓN BIDIRECCIONAL

en MOVILIDAD

y estaremos

más conectados

QUE NUNCA

11 noviembre

d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l	m	x	j	v	s	d	l
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30



Carlos Ortega

ENTENDEREMOS LA

IMPORTANCIA

de

COMUNICAR

DE MANERA TRANSVERSAL

ADAPTÁNDONOS A LOS

CANALES y STAKEHOLDERS






Arnaud Roy
para captar la atención de nuestros
INFLUENCERS
CLAVE
EN 2015
tendremos que esmerarnos
en el CONTENIDO
y
la ULTRA-PERSONALIZACIÓN


Michael Jaïs
La personalización
Y LA TRANSPARENCIA
deben guiar
LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
FRENTE A
LA AUTOMATIZACIÓN
de los procesos


Cristina Aced
SER DIGITAL
ya no es una
OPCIÓN
sino
PARTE
de nuestro
ADN


Mauro Fuentes
DESARROLLA YA
ESTRATEGIAS
de marketing
y comunicación
en tiempo real
PORQUE
MAÑANA SERÁ TARDE


Pablo Herreros
LO
ESENCIAL
en la
COMUNICACIÓN
DE 2015
es la
TRANSPARENCIA


Raquel Collado
CREAR y DISTRIBUIR
CONTENIDOS
DIFERENCIADOS
para cada plataforma
Y ASÍ CREAR UNA
IMAGEN CORPORATIVA
SÓLIDA


Sandra de los Mozos
LAS EMPRESAS luchan
por obtener
IMPACTOS
DE CALIDAD
que contribuyan
a la CONSTRUCCIÓN
de su reputación
CORPORATIVA


Nahir Gutierrez
El mundo se ha convertido
en una
GOLOSINA
para todos los que desean
NARRARLO
y
COMPARTIRLO


Elena Neira
EN
REDES
SOCIALES
SOMOS
LO QUE
COMPARTIMOS


Amaia Arteta
Destinia
Comunicar
ES ESCUCHAR PARA
CONVENCER y conmover
LAS MARCAS DEBEMOS
APRENDER
a
dialogar


Manu Moreno
Trece Bits
se consolidará
LA COMUNICACIÓN
BIDIRECCIONAL
en MOVILIDAD
y estaremos
más conectados
QUE NUNCA


Carlos Ortega
ENTENDEREMOS LA
IMPORTANCIA
de
COMUNICAR
DE MANERA TRANSVERSAL
ADAPTÁNDONOS A LOS
CANALES y STAKEHOLDERS